

Oltre tre milioni di utenti unici

Entra anche tu **gratis** in una delle più visitate
business community legali e finanziarie d'Italia!



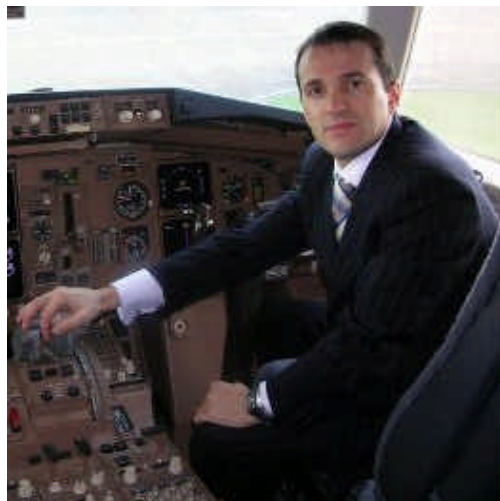
Intervista esclusiva al management di JET PRIVATI (jetprivati.it) . Le novità in tema di Jet Privati

4 novembre 2010

Lei si occupa della strategia di sviluppo aziendale in JETPRIVATI.IT Può illustrare in breve la filosofia e la missione della sua azienda? Essa si basa su un modello di business completamente nuovo e rivoluzionario....di cosa si tratta?

Risponde Renzo Pisu, General Manager

In generale da anni sostengo che nella competizione nazionale e internazionale tra aziende di diversi settori si distinguerà chi saprà innovare a tutto campo e, soprattutto nei momenti di crisi economica, le sfide possono essere affrontate solo grazie ad un salto di qualità nel grado di creatività, innovazione e valore aggiunto dei servizi prodotti.



La mobilità sia terrestre, marittima che aerea diventa uno dei presupposti strategici per connettere sinergie del territorio italiano e internazionale al fine di generare lo sviluppo e migliorare la competitività del nostro Paese; ma il sistema di mobilità in Italia risponde con difficoltà alla domanda di spostamenti veloci, ai mutati bisogni dei business travellers e alle trasformazioni dei modi e mezzi di produzione, distribuzione e consumo.

Da qui nasce l'idea rivoluzionaria di JETPRIVATI.IT, ossia garantire un servizio aereo privato con elevati standard di qualità al prezzo di una normale tariffa di Business Class mantenendo tutti i

vantaggi di un aereo privato ossia: tempi di spostamento totale dimezzati rispetto ai voli di linea, scelta dell' ora in cui partire, scelta della destinazione e scelta dei compagni di viaggio.

Un'ulteriore rivoluzione è l'accessibilità del cliente al nostro servizio; il nostro innovativo sistema di prenotazione via web con prezzi pubblicati chiari e trasparenti, rende molto facile e immediato scegliere il tipo di velivolo, confermare e partire, il tutto a portata di 1 click.

Una delle parole chiave di JETPRIVATI.IT è "Flessibilità". In cosa si esplica e quali sono i vantaggi dell'utilizzo di un jet privato rispetto ad un aereo aziendale di proprietà?



Risponde Cesare Simonetti, Direttore Commerciale

La flessibilità di avere a disposizione un volo privato è immensa e unica nel panorama dei trasporti, in questo momento Lei può scegliere di voler partire per Barcellona e essere in centro in Piazza Catalunya sulle ramblas in meno di 3 ore. Non a caso i voli privati vengono definiti anche AEROTAXI! Il problema è che fino ad oggi è stato un taxi molto costoso ad uso esclusivo di pochi.

Uno dei "plus" più forti nella flessibilità di questo servizio è che il cliente può arrivare in aeroporto solo 15 minuti prima dell'orario di partenza, l'accoglienza del cliente è organizzata nelle "lounges" di imbarco private all'interno di terminal riservati all'aviazione generale. Il tutto è predisposto in modo che il cliente non perda tempo prezioso e possa dedicarsi veramente alle cose più importanti.

Rispetto ad un aereo aziendale o di proprietà poter scegliere un aereo solo su richiesta specifica e pagarlo solo per il tempo di volo necessario offre un grande risparmio in termini di costi di gestione e oltretutto non vincola e limita l'azienda all'utilizzo di 1 solo aereo ma permette di scegliere aerei più grandi e con maggiore autonomia di volo a seconda della necessità. Personalmente se fossi un'azienda orientata al controllo dei costi la prima cosa che andrei a tagliare sarebbero gli aerei aziendali! utilizzando la modalità delle nostre "Cards" rispetto ai costi di gestione di un aereo di proprietà si risparmia l' 80% sui costi di viaggio.

Con JETPRIVATI.IT è possibile raggiungere anche 2 o 3 destinazioni diverse nello stesso giorno. In che modo si definisce l'organizzazione in questo caso?

C.S.: come ho detto poc' anzi il volo privato da oggi in poi potrà essere chiamato a ragione AEROTAXI. L'aereo privato aspetta il cliente a destinazione, riparte con lui e lo può portare

tranquillamente in 3 destinazioni diverse nello stesso giorno oppure, con un minimo preavviso, il cliente è libero di decidere di modificare il proprio programma di volo e rientrare prima del previsto oppure prolungare il proprio programma.

Non subisce ritardi, scioperi, cancellazione di voli e soprattutto la perdita di bagagli.

Ogni cliente può utilizzare il servizio JET PRIVATI in base a due modalità: seguire un programma Jet Card oppure scegliere il servizio “on demand pay per fly”. Può offrire maggiori dettagli in merito?

C.S.: sono due tipologie di offerta che variano per l' intensità di utilizzo del volo privato. JETPRIVATI offre sia un servizio “on demand” ai clienti che occasionalmente utilizzano voli privati (2-3 volte all'anno) e che hanno impegni improvvisi e non pianificabili.

La modalità “Cards” è rivolta a chi prevede di viaggiare dalle 15 alle 50 ore all'anno siano essi privati o aziende, **le Cards non sono nominative** e quindi il cliente privato o l'azienda **può decidere chi fare volare sul proprio aereo privato durante i 12 mesi previsti dalla Card.**

Voi sostenete che, nei prossimi 10 anni, i voli su jet privato sostituiranno parte dei voli in business class. Può offrire un commento in merito a questa affermazione?

C.S.: è una previsione molto realistica ma prevediamo che questo avverrà anche prima di 10 anni. Il servizio di linea in business class per spostamenti intra-europei (voli fino a 2-3 ore) non ha più senso in quanto il passeggero o l'azienda non è disposta a spendere 1500-1800 euro per un servizio inesistente e a fronte di tempi totali di viaggio lunghissimi con code al check-in, controlli, sbarco/imbarco e arrivo su aeroporti decentrati rispetto alla meta finale del viaggio.

Mentre diminuiscono i passeggeri di business class sui voli di linea, la strategia di JETPRIVATI è quella di prendere questa fascia di passeggeri insoddisfatti, offrendo agli stessi prezzi dei voli di linea un volo privato veloce, comodo e flessibile che valga il prezzo pagato dal cliente. Per maggiore chiarezza prendiamo il caso di un volo di Alitalia in partenza da Malpensa per Parigi, durata del volo 1h 15m. Il cliente deve prendere l'autostrada A 8 e salvo incidenti e rallentamenti, impiega 1 ora da Milano al parcheggio di Malpensa, a questo punto, se tutto va bene, è arrivato 1h30 prima dell'orario di partenza per iniziare il lungo calvario delle 3 code: check-in (30m), controllo radiogeno (30m), gate imbarco (20m) e quando arriva a destinazione altri mezzi e code lo attendono prima di arrivare alla meta ... il tutto per un volo di 1h e 15 minuti !!! E per concludere su questo spinoso argomento, segnaliamo che la media delle compagnie di linea in orari di grande punta di traffico europeo ormai hanno ritardi da 30 minuti fino ad un ora. Il paradosso a volte è che un volo di linea di circa 1h 30 minuti di volo bisogna aspettare altrettanto le valigie per tale tempo, con un volo privato tutto questo non accade in quanto le valigie sono a seguito con il cliente nella sua cabina personale.



Molte persone pensano che il mercato dell'aviazione commerciale non sia accessibile a tutti. La vostra azienda è in grado di sfatare questo “luogo comune”... in che modo?

C.S.: Il nostro posizionamento di JETPRIVATI sta nell'offerta di prezzi competitivi che siano accessibili sia alle aziende che ai privati e con una semplicità di prenotazione unica nel suo genere. Il “luogo comune” sarà facilmente superato nel momento in cui dimostreremo di sapere mantenere quanto promesso.

Quale è, nello specifico, il vostro target di riferimento?

C.S.: I clienti che saranno interessati a noi sono quelli che attualmente usufruiscono già di voli privati pagandoli una fortuna, sono inoltre proprietari di aerei che alla fine di ogni anno pagano sempre più alti costi di gestione, e infine ci rivolgiamo a tutta l'utenza di passeggeri di linea che non ne può più di lunghe attese in aeroporto e non ne può più di essere trattata come trasporto “merce” dai vettori low-cost e non solo. Ci rivolgiamo a quei passeggeri che per vari motivi vogliono raggiungere la meta prescelta, soggiornare il tempo necessario e rientrare a casa risparmiando sul tempo e sulle spese di ristorazione e pernottamento.

In sintesi è principalmente il segmento **business travel** a trainare la domanda che non trova più nell'offerta dei voli di linea condizioni adatte alle proprie esigenze.



In termini di flotta quali sono gli aerei di punta di Jetprivati.it ?

R.P.: Attualmente abbiamo investito nella scelta di una flotta monomarca, precisamente la casa Cessna Citation con i modelli Citation Mustang da 4 posti in configurazione CLUB, questo velivolo oggi verrà venduto sul mercato da jet privati.it ad un prezzo di lancio di **2.300 euro per ora volo**, l'offerta si protrarrà fino a dicembre 2010. Sarà il velivolo di punta anche perché vogliamo rispondere alle maggiori richieste dei viaggiatori (circa il 60%) che richiedono soprattutto aerei da uno a quattro posti nella fascia delle due ore di volo .

Il Citation Mustang è ideale per voli da 1 ora fino a due ore. Vola ad una velocità di circa 600 Km/h a 10.000 mt di quota. Può atterrare su piste corte come St Moritz oppure Isola d'Elba e su tutti gli aeroporti europei sia internazionali che regionali.

Parlando della flotta abbiamo anche il Cessna Citation (Cj2) da 7 posti che può volare ad esempio da Linate con volo diretto per Atene in 2h30m e sarà l'aereo di punta della fascia passeggeri da 5 a 7 passeggeri.

Altro aereo molto versatile è il Cessna Citation Excel da 9 posti con cabina alta (1,80 mt) , che può volare ad esempio da Linate a Mosca non stop in 3 ore e 30 minuti, con possibilità di avere anche una hostess a bordo per assistenza e servizio catering. Il Citation Excel verrà venduto a 3.900,00 euro ora volo on demand e con la card a 25 ore a 3.600,00 euro ora volo.

Come giudica la situazione attuale delle compagnie di aerei executive e quali le prospettive future?

R.P.: Le sempre maggiori esigenze di mobilità spingono imprenditori e manager a voli molto frequenti, in località servite in modo non adeguato dalle normali compagnie aeree. Ad accrescere tale potenzialità sono le sempre più impegnative esigenze degli utilizzatori finali in relazione ai disservizi delle compagnie di bandiera e dei tempi di imbarco tradizionali ,divenuti quanto mai lunghi e "pesanti", ed infine alla sempre più crescente necessità del cliente di investire il proprio tempo in modo veloce e quindi profittevole.

Il mercato dell'aviazione commerciale comunemente definita Executive, rappresenta ad oggi una delle più grosse potenzialità a disposizione di imprenditori ed investitori. Il mercato executive è per definizione un mercato di nicchia e, come tale , ricco. Jet privati, barche di lusso, auto, abbigliamento e quant'altro esprimono mercati molto piccoli in termini assoluti, ma enormi in termini relativi. La richiesta molto spesso batte l'offerta, ciò esprime la garanzia del successo imprenditoriale sempre che, aziendalmente parlando, ci si rapporti al mercato in modo corretto.

Complessivamente le aziende italiane operanti nel settore del Jet executive, producono un fatturato di circa 150 milioni di euro suddiviso in meno di 10 operatori "nulla" rispetto alla base clienti sulla quale è possibile attivare rapporti commerciali. Il risultato di questo "insuccesso" è sostanzialmente dovuto al tipo di rapporto che la compagnia aerea privata ha con il mercato e cioè l'assoluta mancanza di uno sviluppo aziendale che comprenda e metta al **primo posto il settore commerciale**. Questo significa, in altre parole, che gli operatori del settore competono su 200/300 clienti assolutamente insufficienti a giustificare un'attività commerciale.

In U.S.A tuttavia nonostante la crisi economica, la General aviation Industry ha alcuni bilanci positivi, alcuni proprietari di velivoli hanno messo in vendita i loro mezzi e i prezzi dei velivoli sono scesi di circa il 30%. Gli Stati Uniti hanno le più grandi compagnie aerotaxi del mondo e anche le maggiori flotte di aerei, ma questo anche per un motivo di estensione del paese, quindi la vocazione del volo privato e molto utilizzata per le grandi distanze e il tipo di business che le

aziende effettuano che sono di enorme entità, basti guardare le molteplici multinazionali dove risiedono, vedi Nike , Microsoft, ecc. Alcune aziende hanno ridimensionato le flotte e personale e molte sicuramente faranno fusioni con altre in quanto non potranno più supportare il peso dei costi fissi e quindi conviene presto allearsi per meglio riorganizzare il mercato.

Qui è tutto diverso, personalmente ritengo che già dalla fine 2008 il mercato si è estremamente contratto.

Mille i motivi. Si deve aumentare il numero dei potenziali utilizzatori per poter pensare di sostenere lo sviluppo dei voli privati . Dobbiamo creare una nuova domanda con una grande operazione commerciale e di marketing che abitui nuovi utenti ad utilizzare normalmente i voli privati, non c'è altra soluzione. I passeggeri cosiddetti V.I.P. non bastano più e sono sempre meno.....Dobbiamo allargare il mercato mantenendo il servizio “voli executive” alla portata di “tanti”. Se avremo questa capacità passeremo alla storia, altrimenti faremo discorsi inutili.

Credo che il mercato italiano offra molteplici possibilità di crescita, il mercato è frammentato su troppi operatori privi di un vero reparto commerciale, la schizofrenia del prezzo non ha più una regola in questo mercato e quindi porta tutto ciò a svilire il valore dell'offerta. Ormai non c'è più differenziazione tra prezzo offerto, categoria del velivolo, servizio e disponibilità. Il cliente cerca il prezzo in tutti i casi.

Dobbiamo lavorare anche molto sulla comunicazione e sfatare il problema che il jet privato non è un mezzo solo per ricchi ma uno strumento di lavoro per tutti, cercando di dare la possibilità a questo settore di diventare un business come in altri paesi introducendo a favore della crescita della business aviation rendendo il settore meno burocratico e più accessibile.

Quindi qui nasce il nostro slogan, **“Il tuo jet privato al costo di una business class”**.

Concludendo, l'iniziativa **JETPRIVATI** è supportata da una **compagine sociale internazionale** di alto livello, composta da manager di grande serietà e professionalità e con **partners competenti**.

JETPRIVATI si presenta sul mercato europeo, con un notevole background professionale, potendo contare sul supporto dei migliori specialisti italiani in ricerche di mercato & CRM, web site development, sviluppo e pianificazione di campagne pubblicitarie, pubbliche relazioni e comunicazione.

JETPRIVATI.IT vuole dare una nuova direzione al mercato, in controtendenza nel metodo, nella comunicazione e nel marketing. Ovviamente la strategia è assolutamente di alto livello e ne consegue una doverosa overdose di marketing e comunicazione. Per avere successo in un mercato che tende a diventare, a suo modo, meno di nicchia del passato ci impone di rivedere la modalità di offerta e gestione di questo prodotto, **mantenendo tutte le caratteristiche di flessibilità** che lo caratterizzano, con l'obiettivo di generare la massima efficienza ed offrire un ottimo servizio al prezzo più competitivo.